

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

ANDRÉIA DE ALMEIDA CARLINI

A ÉTICA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

UFRJ/CFCH/ECO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

ANDRÉIA DE ALMEIDA CARLINI

A ÉTICA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Rio de Janeiro

2009

Andréia de Almeida Carlini

A ÉTICA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Monografia submetida à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Radialismo

Orientador: Prof. Dr Mauricio Lissovsky

Rio de Janeiro

2009

C282 Carlini, Andréia de Almeida

A Ética no Telejornalismo Brasileiro / Andréia de Almeida Carlini. Rio de Janeiro, 2009.

45 f.

Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Escola de Comunicação. 2009.

Orientador: Mauricio Lissovsky

1. Ética Jornalística 2. Telejornalismo 3. Comunicação Social - monografias I. Lissovsky, Mauricio (Orient)
II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. CFCH/ECO
III. Título.

CDD: 174.9

Andréia de Almeida Carlini

A ÉTICA NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Monografia submetida à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Radialismo.

Rio de Janeiro, 09 de julho de 2009.

Prof. Dr Mauricio Lissovsky, ECO/UFRJ

Prof. Dr Fernando Fragoso, ECO/UFRJ

Prof^a Dr^a Fátima Sobral Fernandes, ECO/UFRJ

RESUMO

CARLINI, Andréia de Almeida. **A Ética no Telejornalismo Brasileiro.** Monografia (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009

Busca da compreensão da Ética no telejornalismo brasileiro, por meio da análise do que se é veiculado para se conseguir audiência.

Descrição de como a Ética contribui para a construção de um jornalismo mais factual e condizente com a verdade, mais claro e objetivo.

Análise de matérias que podem agredir a sociedade e até influir inadequadamente na formação psicológica da criança e do adolescente.

Enfoque em aspectos como o não cumprimento de algumas leis por parte de alguns profissionais da área de comunicação e de algumas emissoras de TV no Brasil.

Forma como funciona a classificação etária na televisão brasileira.

Tópicos a respeito da história da televisão e a forma como a Ética se apresenta nos programas em que a notícia é o foco central.

O comportamento do público diante do que é transmitido na televisão brasileira.

Ressalvas no que há de negativo e também no que há de positivo e o que pode ser melhorado no telejornalismo brasileiro.

ABSTRACT

CARLINI, Andréia de Almeida. **A Ética no Telejornalismo Brasileiro.** Monografia (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009

Search of the understanding of the Ethics in the brazilian telejornalism, by means of the analysis of what it has been propagated to obtain hearing.

Description of as the Ethics contributes for the construction of a more factual journalism and coherent with the truth, more clearly and objective.

Analysis of substances that can attack the society and until influencing inadequately in the psychological formation of the child and the adolescent.

Approach in aspects as not the fulfilment of some laws on the part of some professionals of the area of communication and some senders of TV in Brazil.

Form as the classification of age in the brazilian television functions.

Topics regarding the history of the television and the form as the Ethics if present in the programs where the notice is the central focus.

The behavior of the public ahead of what it is transmitted in the Brazilian television. Exceptions in what it also has of negative and in what has of positive and what can be improved in the brazilian telejornalism.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Objetivo	10
1.2	Contexto do Problema	11
1.3	Justificativa de Relevância	14
1.4	Metodologia do Estudo	15
1.5	Organização do Estudo	15
2	A ÉTICA	17
2.1	Fundamentos e Concepções da Ética	18
2.2	TV e Ética	19
2.3	Código de Ética	21
2.4	Ética Profissional	23
2.5	Ética e Direito	25
3	JORNALISMO E ÉTICA	30
3.1	A Ética na TV	31
3.2	Ética e Liberdade de Imprensa	32
3.2.1	A TV e a Educação	32
3.2.2	Efeitos da TV	34
3.2.3	A Violência na TV	36
3.3	O Telejornalismo Brasileiro	39
4	CONCLUSÃO	41
	REFERÊNCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

“O Art. 220 da Nova Constituição Brasileira, no Capítulo V da Comunicação Social, diz que toda manifestação do pensamento, criação, expressão e informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerá qualquer restrição desde que sejam observados alguns dispositivos que nela existem e que devem ser cumpridos. E o Art. 221 diz que a produção e a programação das emissoras de televisão deverão atender aos seguintes princípios: I - Preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; IV - Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.” (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, 1988)

A Ética pode se confundir com a Moral. “A Ética é uma postura que fundamenta um tipo de hábito ou comportamento de acordo com a sociedade. Sabendo que os costumes mudam e que o que ontem era considerado errado, hoje pode ser aceito, o que seria um comportamento correto em ética? Seria uma forma de comportamento que nos diz o que é certo de acordo com os costumes morais vigentes.” (SANCHEZ, 1997)

“A moral é um conjunto de normas, aceitas livre e conscientemente, que regulam o comportamento individual e social.” (VAZQUEZ, 1982, p. 49)

A moral deriva da ética, ou seja, a ética nasce com o indivíduo através de seu caráter. Reside no interior do Homem, na sua consciência, e é nela que será trilhado o destino de uma norma a ser seguida, através da moral que é adquirida através de normas, valores e costumes que crescem com o indivíduo na sua convivência social.

1.1 Objetivo

A Ética, nos meios de comunicação, principalmente na televisão, tem a função de tornar a divulgação da informação coerente com as normas morais vivenciadas pela sociedade.

A sociedade brasileira busca, na TV, obter conhecimento e entretenimento e forma sadia, ou seja, assistindo programas que não constrojam o telespectador, porque seguem uma conduta moral e ética.

O público sabe que a classificação etária para os programas televisivos existe e que devem ser obedecidas. Sabe em que horário os programas de cunho violento, de incitação ao crime, de apelo erótico ou sexual ou que expõem as pessoas ao ridículo etc, devem ser veiculados e não tolera o descumprimento destas normas por parte das emissoras.

No telejornalismo não há classificação etária, mas nem por isso as normas devem ser desrespeitadas.

As notícias descrevem fatos baseados na verdade e devem ser obtidos através de fontes seguras. Isso só não acontece, às vezes, em programas de entretenimento que utilizam parte de seu horário para transmitir matérias e que, muitas vezes, chamam de jornalísticas. Por exemplo: Em 1999, um programa de variedades exibiu uma “matéria jornalística” que falava sobre pornografia. O programa era veiculado diariamente às 20 horas. Enquanto o apresentador (em *off*) narrava a matéria, cenas de sexo explícito apareciam no monitor para o público assistir. Apesar do desfoque (muito discreto) na imagem, dava para ver e entender claramente o que estava sendo mostrado. Ora, neste horário, crianças e adolescentes ainda estão assistindo TV. E mesmo para os adultos, as imagens eram abomináveis e constrangedoras. Assim, este programa só poderia ser exibido a partir das 23:00 horas.

“Muitas vezes a qualidade jornalística não está relacionada com a notícia, mas com o entretenimento, o que compromete o jornalismo”. (LIMA, 2005)

O objetivo da ética é mudar isso. Combater a imoralidade, ou seja, a ausência dos princípios morais para tornar a TV um meio de comunicação de massa seguro para que o público possa desfrutar dela sem ter que se sentir constrangido.

Desta forma, pode-se ter a certeza de que tudo que é veiculado pela TV está de acordo com aquilo que conhecemos como uma conduta ética e moral.

1.2 Contexto do Problema

Observando a programação telejornalística atual, constata-se que os diretores de TV supõem que se a sociedade vê a violência na rua, poderá vê-la também na televisão. Para a maior parte da população, questões como a violência, que fazem parte da nossa realidade, como: assaltos a mão armada, seguidos ou não de assassinatos, abuso e/ou violência sexual contra crianças, adolescentes ou mulheres, homicídios em plena luz do dia, espancamentos em crianças por pais, brigas seguidas de morte etc, quando abordadas de forma sensacionalista e exagerada não são bem aceitas. As pessoas já sofrem tanto com a violência nas ruas, então, porquê ter que suportá-la invadindo as suas casas através de um aparelho de televisão? Podemos trocar de canal ou desligar a TV, mas isso não resolve o problema. Se tivermos que fazer isso o tempo todo, não seria necessário, então, ter uma TV e, tão pouco, criar leis para que os meios de comunicação social respeitem os valores éticos da sociedade.

“Não é o telespectador que deve desligar a TV, mas sim a programação que deve ser melhorada.” (CHRISTOFOLETTI, 2004)

“A televisão é o meio de comunicação de maior alcance no país e o mais utilizado pelos brasileiros. A programação é transmitida por meio de canais abertos ou fechados - TV por assinatura.” (MARPLAN, 2000)

A TV comercial é mantida pela propaganda, que é a divulgação de qualquer produto ou serviço com fins lucrativos. Uma emissora com boa audiência terá por sua vez, mais anunciantes. A propaganda aparece em vários momentos, principalmente, nos intervalos dos telejornais, sobretudo os noturnos, em que o valor do horário televisivo é o mais alto, o chamado horário nobre.

“A TV educativa ou TV pública oferece uma programação comprometida com a identidade nacional, a cultura brasileira, a cidadania e a formação profissional do telespectador, sustentadas pelos Governos Federais, Estaduais, por Instituições e por Empresas parceiras como: SESI, FIESP, Ministérios da Cultura e da Educação, Petrobrás, Fundação Bradesco entre outros.” (BETH CARMONA, 1997)

“Uma função educacional ou culturalista para a televisão começou a ser reivindicada com insistência pela imprensa, educadores e intelectuais brasileiros. Não eram apenas as emissoras educativas que se desejava, mas a própria culturalização do sistema televisivo comercial”. (SODRÉ, 1989, p.110)

“Nos EUA, por exemplo, grandes emissoras como: ABC, CBS e NBC pertencem ao complexo militar industrial representado pelas empresas *General Eletric* e *Westinghouse*. É por isso que lá as televisões exibem noticiários tão violentos.” (CAPARELLI, 1982)

A falta de ética e moral leva a TV a se degradar cada vez mais, contribuindo também para o aumento da alienação através da repetição constante de violência e apelações sexuais nos programas.

No mundo da competição, os diretores de emissoras, que são as grandes potências dos meios de comunicação, devem cumprir as regras de condutas, como o respeito aos valores éticos e morais para contribuir com o melhor desenvolvimento intelectual da sociedade.

Outro tipo de problema está relacionado com a audiência. Os produtores não mexem nos programas, porque estes alcançam bons índices de audiência. Isso, muitas vezes, pode ser uma desculpa. É muito fácil não ter interesse em fazer uma programação mais construtiva e dizer que a programação é assim, porque o público quer ver algo mais impactante.

Os chefes de emissoras também relatam, em entrevistas de TV, revistas e jornais, que o interesse do público tende a cair quando o telejornal possui uma carga cultural superior, pois não apresentam uma imediata repercussão sobre a vida diária do telespectador.

Os programas jornalísticos, então, que apresentam mais notícias referentes à literatura, música, belas artes ou a temas econômicos e sociais são deixados para serem exibidos no final da noite, horário em que pessoas de alto nível cultural, executivos, empresários, representantes do governo etc os vêem.

Parece ser uma tendência do ser humano a de defender, em primeiro lugar, seus interesses próprios e, quando esses interesses são de natureza pouco recomendável, ocorrem os grandes problemas.

Aqueles que só se preocupam com os lucros, geralmente, tendem a ter menor consciência de grupo. Fascinados pela preocupação financeira, a eles pouco importa o que ocorre com a sociedade e que tipo de consequência poderão causar à ela.

1.3 Justificativa de Relevância

“Os telejornais são programas informativos que relatam fatos através de notícias sobre acontecimentos nacionais e estrangeiros, apresentam pesquisas, documentários ou reportagens sobre os interesses do ser humano colocando-o em contato com os temas da atualidade e com a realidade através de um aparelho de TV.”

“Mas, mesmo nestes programas, se nota a confusão entre a ficção e a realidade. Cada dia é maior a teatralização da vida pública, o que torna o jornalismo brasileiro, sensacionalista.”

“O jornalismo sensacionalista é aquele que exagera os fatos, deturpa a realidade, enganando o telespectador a que se dirige.” (CLAUDIO, 2006)

Refletindo sobre os assuntos e só acreditando na informação que é transmitida com fontes de credibilidade, o telespectador pode agir como um “filtro”. Mas, de qualquer forma, esta não é a atitude que o telespectador deve ser obrigado a tomar. O correto é que o jornalismo não seja sensacionalista, nem em um todo, muito menos em parte.

1.4 Metodologia do Estudo

O estudo da ética é baseado no método do cumprimento das normas morais. Ou seja, só a ética contribui para o bem do ser humano, do indivíduo. Mas através das normas éticas toda a sociedade é influenciada por esta conduta.

Neste estudo, entende-se que a ética deve estar presente em todos os momentos da trajetória do telejornalismo brasileiro. Tanto na elaboração das pautas, na busca das fontes, quanto na transmissão dos fatos. Sempre respeitando as normas éticas.

A TV forma idéias, conceitos e opiniões. E, por isso, é de extrema importância que a ética seja levada a sério para que, principalmente as crianças, não tenham uma percepção deturpada e/ou uma conduta inadequada para os padrões morais de nossa sociedade.

O Brasil é um país democrático e não pode proibir os telejornais de retratar a realidade social através da notícia, pois o público tem o direito a informação, mesmo que esta, possa ser violenta, agressiva.

1.5 Organização do Estudo

A pesquisa, a respeito da ética no telejornalismo brasileiro, consiste no esforço de tentar reverter a atual situação em que se encontra a televisão brasileira quando se refere à transmissão de notícias, através da moralização da TV.

O estudo da ética no telejornalismo brasileiro é organizado de forma a mostrar que os hábitos do público podem ser mudados se as emissoras de TV contribuírem com a sociedade, respeitando os valores morais e éticos da seguinte forma:

- Incentivando a visão e o censo crítico do telespectador através da veiculação de programas de boa qualidade;
- Estimulando à leitura;
- Divulgando notícias esclarecedoras com clareza e correção;
- Apurando e investigando as informações com fontes de credibilidade;
- Buscando somente a verdade, transmitindo informações verossímeis e que não causem impactos negativos na sociedade.

A postura ética é uma questão muito importante para que as mensagens jornalísticas tenham compromisso com a verdade e com a cidadania.

2 A ÉTICA

“A Ética é um conjunto de idéias e princípios que norteiam a conduta humana. Preocupa-se com as formas humanas de resolver as contradições entre o indivíduo e a sociedade, a consciência e a vontade. Ela sustenta e dirige as ações do homem, orientando a conduta individual e social. É um produto histórico-cultural que define o que é virtude, o que é, certo ou errado, bom ou mal, permitido ou proibido, para cada cultura e sociedade.”

“Dessa forma, a Ética se torna universal, enquanto estabelece um código de condutas morais válidos para todos os membros de uma determinada sociedade e ao contexto sócio-político-econômico e cultural onde vivem os sujeitos éticos e onde realizam suas ações morais. É uma reflexão crítica sobre a moralidade. Mas não é puramente teoria. É um conjunto de princípios voltados para a ação, historicamente produzidos, cujo objetivo é distinguir as ações humanas. A Ética existe como uma referência para os seres humanos em sociedade para que, esta, possa se tornar cada vez mais humana e moral.”

“Entre a moral e a ética há uma tensão permanente: a ação moral busca uma compreensão e uma justificação crítica universal, já a ética, exerce uma permanente vigilância crítica sobre a moral, para reforçá-la ou transformá-la.”

“A Ética tem sido o principal regulador do desenvolvimento histórico-cultural da humanidade. Daí a sua importância, pois sem ela, que é a referência dos princípios humanitários fundamentais comuns a todos os povos e nações, a humanidade já teria se despedaçado.”

“O fato de que os seres humanos são capazes de concordar entre si sobre princípios como justiça, dignidade, igualdade de direitos, cidadania plena, solidariedade etc, cria oportunidades para que esses princípios possam vir a ser postos em prática, mas não garante o seu cumprimento.” (VALLS, 1995)

2.1 Fundamentos e Concepções da Ética

“A conduta de um indivíduo na sua vida real deve ser a mesma na sua vida profissional. Para se ter uma boa conduta é necessário que se cumpra deveres, que por sua vez, estejam de acordo com a ética. A ética regula os atos humanos e com ela, o cumprimento desses deveres resultará na responsabilidade.”

“Todos esses fatores estão ligados diretamente à consciência, que verifica e aceita ou não uma determinada forma de conduta. A conduta, quando aceita e aprovada pelos costumes estabelecidos por um grupo social, resulta na moral. Por conseguinte, esta norma só será ética se for praticada de acordo com as leis e com respeito à própria profissão e a sociedade. A virtude moral está exatamente em cumprir todos esses deveres.”

“O Código de Ética é um agente disciplinador da atividade profissional do ser humano. É o manual da boa conduta que impõe regras para que se estabeleça no ser humano, um padrão de comportamento adequado aos valores da sociedade.” (VAZQUEZ, 1997)

Então, podemos entender que a Ética se encontra presente quando se fala de responsabilidade, atos e deveres morais. Ela organiza e estipula uma série de regras e princípios que regulam as condutas do indivíduo como ser humano e profissional.

2.2 TV e Ética

“A apresentação de programas televisivos que contêm cenas de sexo e violência em horários considerados inadequados para menores sempre promoveu discussões de âmbito nacional a respeito da necessidade ou não de restringir determinados conteúdos da televisão brasileira. Como consequência, representantes das principais emissoras concordaram em elaborar um manual de conduta que determinaria a que horas certos programas poderiam ir ao ar.” (NÉCA; OSANDON, 2008)

Conforme o Estatuto da Criança e do Adolescente, aprovado em 1990, Lei nº 8.069, art. 76, “as emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Todos os programas de TV devem ser divididos de acordo com a faixa etária.” (MJ, 1990)

O Ministério da Justiça é o órgão encarregado de classificar a faixa etária para cada programa a ser exibido e divulgou em todos os meios de comunicação que: “Os programas que forem considerados inadequados para menores de 12 anos só poderão ser exibidos depois das 20 horas. Os impróprios para 14 anos só podem passar depois das 21 horas. Para a faixa etária de 16 anos, os programas impróprios para os menores dessa idade só poderão ser exibidos depois das 22 horas. E os programas recomendados para maiores de 18 anos serão transmitidos somente após as 23 horas. A classificação por idade leva em consideração fatores como sexo, violência, drogas, situações ofensivas aos valores éticos, conflitos psicológicos e temática adulta. A exibição de cenas de violência moderada e de insinuação de sexo

é permitida apenas depois das 21 horas. Cenas que mostram o uso de drogas, sexo 20 e violência só podem ser levadas ao ar depois das 23 horas.”

“Os programas jornalísticos ficam fora da classificação. Cabe à Promotoria da Infância e da Juventude verificar se as emissoras cumprem o estabelecido.” (MJ, 2007)

Segundo José Eduardo Romão, Diretor do Departamento de Justiça de Classificação do Ministério da Justiça: “A partir de 13 de maio de 2007, começaram a valer as novas regras para classificação indicativa de idades na programação de TV aberta. A norma define que, pela primeira vez, haverá uma padronização dos símbolos usados para indicar a classificação do programa e cria a autoclassificação para as emissoras, entre outras iniciativas.”

“Todas as emissoras devem exibir, no rodapé da tela, uma frase indicando que aquele programa é inadequado para pessoas abaixo de determinada faixa etária. Para destacar a informação, a idade indicada deverá aparecer dentro de um quadrado com uma cor correspondente a cada faixa etária: na cor verde, para classificação livre, amarela para 12 anos, laranja para 14 anos, vermelho para 16 anos e preto para 18 anos. Cada emissora pode adotar um modelo diferente para a divulgação desta informação.”

“Ficou estipulado também que a partir dos critérios definidos pela norma, as emissoras farão a autoclassificação que será apresentada ao Ministério da Justiça antes do programa entrar no ar. Ao longo da sua transmissão, o programa será acompanhado e caso a classificação estabelecida não respeite as regras determinadas pela Portaria 264-07, o Ministério da Justiça fará uma reclassificação cautelar. As emissoras que persistirem em descumprir a norma serão acionadas pelo

Ministério Público e poderão pagar multas ou ainda terem o sinal retirado do ar, de 21 acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente.”

“Os pais devem escolher o que os filhos devem assistir e o Judiciário deve punir as emissoras que descumprirem a classificação indicativa pelo Ministério da Justiça.” (MJ, 2007)

2.3 Código de Ética

“O código de ética é um instrumento regulador criado a partir de um acordo entre os membros de um grupo social: uma categoria profissional, uma associação civil, um partido político etc. Seu objetivo é especificar como aquele grupo social, que o constitui, pensa e define sua própria identidade política e social; e como aquele grupo social se compromete a realizar seus objetivos particulares de um modo compatível com os princípios universais da ética. Começa pela definição dos princípios que o fundamentam e se articulam em torno duas normas: direitos e deveres.”

“Ao definir direitos, o código de ética cumpre a função de delimitar o perfil do seu grupo. Ao definir deveres, abre o grupo à universalidade. Esta é a função principal de um código de ética, que a partir de seu cumprimento, cada membro daquele grupo social realize o ideal de ser humano.”

“O processo de produção e de formulação de um código de ética deve ser, primeiramente, ele mesmo já um exercício de ética, envolvendo intencionalmente todos os membros do grupo social que ele abrangerá e representará.”

“Realiza-se, então, um processo educativo no interior do próprio grupo que deve resultar num produto que cumpra ele também uma função educativa e exemplar de cidadania, diante dos demais grupos sociais e de todos os cidadãos. Quanto mais democrático e participativo esse processo, maiores as chances de identificação dos membros do grupo com seu código de ética e, em consequência, maiores as chances de sua eficácia.”

“O interesse no cumprimento do código de ética profissional passa, entretanto a ser de todos. E o exercício de uma virtude obrigatória torna-se exigível de cada profissional. Cria-se a necessidade de uma mentalidade ética e de uma educação que conduza a vontade de agir, de acordo com o estabelecido. Essa disciplina é uma tendência cultural na vida da sociedade.”

“Uma ordem deve existir para que se consiga eliminar conflitos e, especialmente, evitar que se manche o bom nome e o conceito social de uma categoria.” (SANTOS, 1981)

“Está em vigor um código de ética para os jornalistas, aprovado pelo Congresso dos Jornalistas em 1985, no Rio de Janeiro. A cada novo Congresso sofre algumas alterações para acompanhar a dinâmica das mudanças da sociedade.”

“O Código mais recente, na parte que trata do direito à informação, destaca (entre outros itens) que o acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de

interesse. Além disso, defende que a divulgação da informação, precisa e correta, é ²³ dever dos meios de comunicação, independente da natureza de sua propriedade.”

“Quanto à conduta profissional do jornalista, o Código diz que o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação.” (VIZEU, 2002)

“É dever do jornalista: lutar pela liberdade de pensamento e expressão; defender o livre exercício da profissão; combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercida com o objetivo de controlar a informação.” (CÓDIGO, 1999)

2.4 Ética Profissional

“Atua como um conjunto de normas de conduta que deverão ser postas em prática no exercício de qualquer profissão. Seria a ação "reguladora" da ética agindo no desempenho das profissões, fazendo com que o profissional respeite seu semelhante no exercício da sua profissão.”

“A Ética Profissional regularia o relacionamento do profissional com sua clientela, visando à dignidade humana e a construção do bem-estar no contexto sócio-cultural onde exerce sua profissão. Ela atinge todas as profissões e quando se fala de ética profissional, se esta referindo ao caráter normativo e até jurídico que regulamenta determinada profissão a partir de estatutos e códigos específicos.”

“A importância da Ética é bastante evidenciada na vida profissional, porque cada 24 profissional tem responsabilidades individuais e sociais, pois envolvem pessoas que dela se beneficiam.”

“A Ética é um instrumento indispensável ao profissional, porque na ação humana "o fazer" e "o agir" estão interligados. O fazer diz respeito à competência, à eficiência que todo profissional deve possuir para exercer bem a sua profissão. O agir se refere à conduta do profissional, ao conjunto de atitudes que deve assumir no desempenho de sua profissão.” (SANTOS, 1981)

A conduta do ser humano pode tender ao egoísmo, mas para os interesses de uma classe, de uma sociedade, é preciso que se adapte às normas, porque estas devem estar apoiadas em princípios de virtude.

Muitas destas qualidades poderão ser adquiridas com esforço e boa vontade, aumentando, neste caso, o mérito do profissional que, no decorrer de sua atividade profissional, consegue incorporá-las à sua personalidade, procurando vivenciá-las ao lado dos deveres profissionais.

“A televisão conta com um público de massa que assimila passivamente as informações que emanam de seus programas, muitas vezes, sem que o público chegue a tomar consciência da verdadeira natureza ideológica, ética ou moral daquilo que absorve espontaneamente.”

É evidente que os meios de comunicação, pelos interesses econômicos aos quais servem, integram-se num processo geral de mercantilização, onde nem a

própria cultura escapa e, também, a moral. De acordo com essa questão, há o ²⁵ interesse em afirmar princípios, modelos e exemplos de comportamento alienados. Porém, esta situação só ocorre quando o lucro é a finalidade principal e não o ser humano.” (VAZQUEZ, 1982, p.203)

2.5 Ética e Direito

Voltando à Constituição, “legalidade e moralidade se tornam extremos opostos. Diante de cada lei, de cada ordem, de cada costume, uma emissora de TV está obrigada, para ter liberdade de expressão e informação, a saber qual é o seu dever. As emissoras de TV têm o dever de obedecer todos os dispositivos da lei. Como não há censura, não há obediência, muito menos preocupação em se cumprir o que não esteja de acordo com o interesse das empresas.” (CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA, 1998)

A norma diz como devemos agir. E se devemos agir de tal modo, é porque também podemos não agir desse modo. Ou seja, se devemos obedecer a uma norma, é porque podemos desobedecer a uma norma. (VALLS, 1995)

Assim pensam alguns diretores de emissoras quando vão contra os critérios de preservação de valores, estímulo à educação e a não-violência etc.

A televisão pode ser considerada muito mais ditatorial e autoritária do que qualquer outro meio de comunicação, pois possui uma forma mais dialógica através da imagem e do som que se unem e dão a ela o poder de manipular a opinião pública, já que assim, consegue atingir a massa. Porém, isso não significa que deva

tentar manipular a sociedade para que aceite tudo que ela veicula. A TV “invade” a 26
nossa vida no sentido de tentar nos obrigar a ver, entender e aceitar as suas idéias e
imagens, na maior parte das vezes, imorais, e, por sua vez, antiéticas.

O Decreto-Lei nº 1077, de 26 de janeiro de 1970 da Constituição Brasileira
afirma o seguinte:

“Cap. I Artigo 1º - Não Serão toleradas as veiculações contrárias à moral e aos
bons costumes;”

“Considerando que: Essa norma visa a proteger a instituição da família,
preserva-lhes os valores éticos e assegurar a formação sadia e digna da mocidade;
Todavia, alguns canais de televisão executam programas contrários à moral e aos
bons costumes; Tais veiculações estimulam e insinuam o amor livre e ameaçam
destruir os valores morais da sociedade brasileira; O emprego desse meio de
comunicação obedece a um plano subversivo, que põe em risco a segurança
nacional, decreta-se que o Conselho Superior de Censura, o Departamento de Polícia
Federal e o Juizado de Menores no âmbito de suas respectivas competências,
deverão assegurar o respeito ao disposto no artigo nº 1.” (CONSTITUIÇÃO
BRASILEIRA, 1970)

O Código de Ética da Radiodifusão Brasileira no Capítulo II – Da Programação –
deixa bem claro:

“Artigo 5º - As emissoras transmitirão entretenimento do **melhor nível artístico
e moral**, seja de sua produção, seja adquirido de terceiros, considerando que a
radiodifusão se destina ao recesso dos lares.”

“Artigo 7º - Não serão transmitidos programas de cunho obsceno ou que 27
advoguem a promiscuidade ou qualquer forma de perversão sexual, admitindo-se as
sugestões de relações revestidas de sua dignidade específica.”

“Artigo 8º - A violência física ou psicológica só será apresentada dentro do
contexto necessário ao desenvolvimento racional de uma trama consistente e de
relevância artística e social, acompanhada de demonstração das conseqüências
funestas ou desagradáveis para aqueles que a praticam.”

“Artigo 9º, Cap. II - A violência, o crime e o sexo jamais serão apresentados
inconseqüentemente.” (SANTOS, 1981, p. 405-406, grifo nosso)

Porém, não devemos responsabilizar somente as emissoras e excluir a culpa de
alguns pais ou responsáveis, aos quais cabe o dever de impedir, a seu juízo, que os
menores tenham acesso a programas inadequados, tendo em vista os limites para
orientação do público.

“É difícil impor uma conduta responsável ao produtor de
um telejornal, embora a teoria da responsabilidade social
esteja certa em torná-lo moralmente responsável pela
produção de notícias e de entretenimento nos meios de
comunicação.” (COSTA, 1996)

Todavia, se os órgãos competentes com poder para avaliar e impor
penalidades, não tomam uma decisão a respeito das más condutas tomadas pelas
emissoras, porque não o telespectador protestar, pressionar, denunciar e, também,
“sabotar” a audiência, deixando de assistir a programas jornalísticos que vão contra
tudo aquilo que a sociedade considera correto, ético, moral e saudável para as suas
vidas.

Os meios de comunicação, principalmente a TV, devem ter o objetivo de fazer 28 algo mais do que apenas ter códigos a cumprir. Deve aplicá-los para criar maior confiança perante o público que os assiste e protegê-los de informações irresponsáveis.

As críticas internas também são aspectos importantes para construir uma melhor imagem e tentar diminuir o problema de conduta antiética que um telejornal possui.

“Divulgar os esforços de uma organização jornalística para estabelecer a crítica interna é um comportamento essencial para o sucesso de sua implantação.”
(SCHUMUHL, 1984)

Além disso, ética tem a ver com honestidade. A honestidade está relacionada com a confiança em que se é depositada. A honestidade é a primeira virtude no campo profissional. É um princípio de decência que não admite interpretações. Respeita os bons costumes, a dignidade e a integridade humana.

A televisão proporciona expressão completa e quando o programa vai ao ar ao vivo, o problema é ainda maior, já que neste tipo de transmissão há uma espontaneidade que não pode ser alterada. O que fala não pode voltar atrás e, às vezes, o apresentador, tendo um roteiro a cumprir e um ponto para ouvir da *switch*¹, acaba indo além para deixar clara a sua opinião sobre determinado assunto.

Num momento como esse, é muito difícil pensar se o que vai ser dito pelo apresentador é ético ou não. Isso só poderá ser avaliado no dia seguinte para saber se as pessoas foram afetadas ou não por tal procedimento.

Já em programas gravados, podem ocorrer condutas antiéticas por parte do editor, pois é ele quem decide o que vai para o ar.

A contemplação do imoral, o desprezo pela privacidade alheia, a falta de ²⁹ conduta ética, a existência de distorções e a glorificação do sensacional são características que se tornam muito presentes em grande parte dos programas jornalísticos da televisão brasileira e naqueles de variedade que ousam utilizar-se do telejornalismo para obter maior engrandecimento e audiência.

¹ *Switch*, sala de estúdio de televisão com painel de controle.

Atualmente, vê-se a questão da violência ser divulgada de uma maneira cada vez mais sensacionalista nos meios de comunicação de massa. E sem que seja dada a menor importância ao impacto que será provocado na mente das crianças, dos adolescentes e, principalmente, das famílias. A mídia, desta forma, acaba levando o ser humano a passar por transformações decorrentes de tudo que ela nos oferece.

A questão do sensacionalismo sempre foi e continua sendo uma característica importante e presente na elaboração da notícia. Pelo simples fato de que dá margem a distorção ao gosto do produtor sem se preocupar com as consequências e lembrando sempre que a missão de um telejornal deste tipo é primeiro divulgar e publicar os fatos e só depois perguntar e pesquisar.

O sensacionalismo, ao distorcer os fatos mediante o exagero nas matérias jornalísticas, podem provocar reações emocionais e não racionais.

3 JORNALISMO E ÉTICA

Apesar da ética ser uma preocupação para alguns jornalistas, que trabalham por amor à sua profissão, para outros parece não haver o menor interesse. Simplesmente, porque essa parte de jornalistas despreocupada com uma questão tão importante, vê o jornalismo como um negócio apenas. Uma forma de se conseguir lucro financeiro e nada mais.

A função dos telejornais é comunicar o que as pessoas fazem, sentem e pensam e o que acontece não só no mundo, mas em todo o universo. É coletar e distribuir notícias e opiniões, é servir ao bem-estar geral informando as pessoas e possibilitando-lhes fazer julgamentos sobre os assuntos abordados. Além de atuar, também, como um portal da utilidade pública prestando serviço às comunidades brasileiras. O jornalismo, como um elemento importante para a divulgação de fatos, exige de seus profissionais um grande potencial relativo à inteligência, ao conhecimento e à experiência. O profissional de jornalismo que usa seu poder para qualquer propósito que não seja o de informar a população, perde credibilidade e

confiança, sem competência para seguir sua profissão, ou até qualquer outra, pois ³¹ para vencer profissionalmente é necessário que se tenha caráter.

“É importante que o jornalista saiba filtrar as notícias sensacionalistas e registrar na TV aquilo que realmente interessa ao telespectador de forma saudável. Um pequeno deslize involuntário pode atingir negativamente milhões de pessoas e ser revertido, mas se esse descuido for proposital, não há como reverter o problema.”

Um bom programa jornalístico é honesto, responsável, imparcial, moral e, por sua vez, ético. Não foge as questões que protegem o seu público e tem a verdade como sua principal característica. Assim os jornalistas devem ser livres da obrigação a qualquer interesse que não seja o direito público de conhecer a verdade.

3.1 A Ética na TV

“Com o fim do regime militar, surgiu a democracia e, com ela, surgiu também o fim dos órgãos de censura do governo que filtravam todas as informações que eram transmitidas nos meios de comunicação no Brasil.” (DREIFUSS, 1964)

A TV tem um papel muito importante que é o de levar informação verdadeira, comprovada através de fatos, e entretenimento ao telespectador de forma ética. Mas a briga pela exclusividade e pressão pela audiência e a pressa em se transmitir a informação acaba deturpando o significado do papel que a TV exerce sobre o ser humano.

“As informações precisas e isentas são a base da sociedade democrática. O ³² jornalismo investigativo deve procurá-las, para existir um controle ético da notícia. E os programas de entretenimento que reservam parte e seu horário para transmitirem notícias, deveriam ter profissionais gabaritados para exercerem tal função. Assim, não ocorreriam as divulgações de notícias errôneas, com omissão de informações importantes, exibicionistas e sensacionalistas.” (ROMANINI, 2001)

3.2 Ética e Liberdade de Imprensa

A liberdade de imprensa está em informar o público com correção e clareza, e, sobretudo, com ética. Quando uma reportagem vai ao ar é fundamental que todas as partes tenham sido ouvidas adequadamente antes da divulgação.

A veracidade da notícia é um direito do cidadão assim como a liberdade de imprensa que se traduz em liberdade de expressão, que é o direito de transmitir a informação e emitir publicamente uma opinião. Nisso, o problema surge quando uma notícia é distorcida, a informação jornalística perde o controle e deixa de ser informação.

“A liberdade de imprensa deve ser considerada um direito de discutir qualquer coisa que não seja proibida por lei. Assim, um telejornal não pode: - Divulgar acusações não-oficiais afetando a reputação de qualquer indivíduo sem que, este, possa ser ouvido para se defender; - Invadir direitos privados sem garantia de direitos públicos; - Deixar de corrigir um erro de relatos de fatos, imagens ou opiniões, qualquer que seja sua origem.” (SANTOS, 1981)

3.2.1 A TV e a Educação

A comunicação na TV vem se tornando cada vez mais técnica e sofisticada. E torna-se, também, mais humana quando proporciona ao público, conhecimento, demonstrações de emoções artísticas e culturais, levando-o à integração social. Assim, além de procurar desempenhar e assumir esse papel de integradora na sociedade, a TV tem o dever de informar e educar.

A televisão é um dos maiores fenômenos de comunicação do século XXI. Além do impacto da notícia, tem o fascínio da imagem que fala por si mesma. E quando esse meio de comunicação veicula programas especialmente culturais e instrutivos, divulgando ciência, artes etc para toda a população, é percebido imediatamente a sua importância para a sociedade.

A informação deve ser rápida, baseada em fontes que mereçam credibilidade e não incompleta e deficiente, firmada em conceitos duvidosos, distorcidos, mal interpretada ou usando os seus veículos como meio de persuadir, pressionar ou dominar o povo, tornando-se um instrumento de poder. Porque ela é responsável pela formação da opinião pública que influencia profundamente a todos.

A educação é uma das mais sérias questões a considerar. Por esse motivo é tão importante incentivar e intensificar a produção de mais matérias de caráter educativo, para atrair a atenção e despertar o interesse dos jovens para as atividades culturais e esportivas que lhes possibilitem descobrir as suas potencialidades.

E não só divulgar matérias educativas, mas outros tipos de matérias que falem ³⁴ de pessoas que se destacaram por terem praticado um bom trabalho, gestos de solidariedade; reivindicações para um bem social; dicas, alertas, assuntos da comunidade, causas sociais etc. Este tipo de programação, também funciona como um meio de divulgação de utilidade pública.

Levando informações verdadeiras e realmente importantes, os telejornais contribuem para a formação de uma nação melhor.

3.2.2 Efeitos da TV

Alguns psicólogos e professores alertam para os efeitos nocivos da TV sobre o comportamento social, mas existem os profissionais que defendem a TV como uma forma de desenvolvimento e educação.

Cada vez mais a TV é introduzida nas casas e nos hábitos da população. A TV é parte do cotidiano e referencial da vida social.

A criança que não recebe limites de seus pais e passa grande parte do seu dia diante de uma TV pode ter seus hábitos modificados. Se as mudanças acarretarem num bem para a criança, não há o que se queixar. Mas se acontecer o contrário, há um problema muito sério para resolver.

A criança deve ser estimulada a receber informações necessárias para o seu desenvolvimento e aprendizado. Ela deve ter acesso a informações que não prejudique a sua vida. Qualquer problema surgido no presente momento pode refletir na sua vida adulta.

Porém, mesmo sabendo destas informações, é muito difícil avaliar o impacto e a 35 influência que a TV exerce sobre o indivíduo. É possível que, em princípio, possa-se afirmar que influa nos valores e nos níveis morais da sociedade. A televisão é um produto da sociedade e produz uma influência recíproca. Deste modo, é possível analisar os efeitos que as transmissões podem produzir tanto nas comunidades culturalmente desenvolvidas como nas de baixo nível cultural.

Os efeitos da violência variam de acordo com a forma como são mostradas. As cenas muito violentas ou as que se apresentam num âmbito familiar (como um pai espancando um filho) impressionam mais a certos telespectadores (como as crianças) que as cenas de violências rotineiras (como um policial batendo em um bandido como forma de advertência).

De qualquer modo, o indivíduo que assiste continuamente cenas de violência pode ser induzido a acreditar que poderá resolver seus problemas utilizando a força e todo tipo de violência física ou mental.

Mesmo que uma pequena parte dos telespectadores admire assistir a cenas de erotismo e violência, não se pode generalizar e expandir essa idéia para o restante dos telespectadores.

Quando a ética existe em um veículo de TV, o indivíduo não será prejudicado. A divulgação de uma notícia que mostra a realidade baseada em fatos, conta a história de uma cidade, fala sobre um ato de solidariedade ou mostra uma nova música ou

um texto literário, poderia causar de efeito negativo a um indivíduo? Por que as 36 notícias de violência, corrupção, obscenidade etc têm que predominar em um telejornal? E, em alguns, repetidamente. Cada telespectador sentirá sua sensibilidade estimulada se os diretores do programa souberem encontrar a forma mais ética e moral de despertar o interesse da audiência.

3.2.3 A Violência na TV

“Apesar da violência que existe em alguns programas de TV, como: desenhos de luta e agressão, novelas com cenas de erotismo e violência, filmes inadequados e exibidos em horários impróprios; alguns especialistas afirmam que as transmissões mais violentas são as de notícias. Por exemplo: Um tiroteio entre policiais e bandidos numa favela, onde podemos ver pessoas sendo baleadas é muito mais chocante do que um tiroteio de um filme de faroeste. As crianças não se enganam, sabem que é ficção.”

“Isso não quer dizer que as pessoas devam ver a realidade “cor de rosa” na TV, nem que deixem de ter o direito de saber o que acontece no mundo. Mas que apenas possam ficar por dentro dos acontecimentos sem sintam algum tipo de mal-estar.”

“A televisão está em constante transformação há muitos anos. Começou por mostrar a vida em preto e branco, quando todas as pessoas a viam em cores. Agora, com a televisão colorida, há uma maior aproximação da realidade. Ao escolher as

imagens, as emissoras esperam levar aos telespectadores um reflexo dos 37 acontecimentos da vida.” (WOLTON, 1997)

Em meados de 2001, no Rio de Janeiro, dois dos grandes telejornais cariocas, como o Jornal Nacional (Rede Globo - Canal 4) e o Jornal do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão - Canal 11) mostraram claramente as suas diferenças em exibição de uma matéria extremamente chocante.

A matéria retratava o caso de uma criança que foi espancada pela babá. Os pais, que já desconfiavam, instalaram uma câmera dentro da estante na sala da casa. O Jornal Nacional exibiu as imagens com cortes e deixou claro o que aconteceu. Já o Jornal do SBT exibiu as imagens sem cortes, com ênfase aos ataques da babá sobre a criança e repetindo as cenas inúmeras vezes. Tais imagens chocaram todo o país.

Tal notícia mostrou o que aconteceu realmente. Retratou uma realidade cruel e chocou pela sua veracidade. Mas seria necessário enfatizar tanto tal tipo de violência? E ainda repetir as cenas mais fortes!

A vida é o que nela acontece, porém nem sempre o que acontece deve ser mostrado de forma tão explícita. O aspecto da insinuação de imagens pode ser utilizado e, com certeza, não afetará tanto o telespectador.

Uma criança que assiste a uma certa cena de violência que possa se tornar marcante para ela, poderá ficar com essa imagem em sua mente para sempre. E se isso interferir em sua vida, o dano poderá ser irreversível. Há pessoas que são mais

sensíveis que outras. Qualquer coisa que veja e a assuste poderá lhe causar algum 38 tipo de mal. Existem pessoas que por terem visto tantas notícias sobre violência resolveram que não deveriam mais sair de casa, pois algo poderia acontecer com ela da mesma forma como viu na TV.

Na guerra por audiência, as emissoras acabam esquecendo que também são prestadoras de serviço e de entretenimento. Em vez disso, tornam-se instrumento de banalização devido ao excesso de cenas de violência que mostram em seus telejornais.

A criança, que pouco conversa com os pais e que começa a formar a sua opinião, pode utilizar a televisão como uma babá eletrônica. Quando vê tantas imagens violentas pode aceitar isto como uma coisa normal. Pode tornar-se agressiva e apresentar comportamentos de frieza, dependendo do tipo de criança. A criança que já é agressiva, por natureza, procura a violência na TV para descarregar suas raivas e satisfazer seus impulsos.

A ética que gira em torno de nossa sociedade deve ser aprendida pelas crianças desde muito cedo. De uma forma que elas entendam e que assim sejam bem assimiladas.

Se a criança vive em um ambiente familiar estável e mantém bons relacionamentos com as pessoas que a cercam, a influência exercida pela televisão será menor.

Os pais devem estar presentes nos momentos em que ela assiste a determinadas cenas de violência para servirem de “filtro”, comentando o que ela está

vendo e protendendo-a de futuros problemas. Ou ainda, tirando a sua atenção no ³⁹ momento em que as cenas fortes são apresentadas.

A violência não é uma consequência dos meios de comunicação, mas a TV pode ajudar a aumentá-la. A qualidade de uma emissora melhoraria se diminuísse a violência.

Os representantes das emissoras de TV precisam aprender a controlar seus abusos. Acabam deixando a ética e seus princípios de lado para competir pela audiência e pela publicidade. A TV tem que contribuir na criação de uma cultura não-violenta.

Qualquer pessoa, por mais simples que seja, gostaria de poder assistir sempre uma programação de nível, de qualidade. Por que pensar que só o que é ruim pode gerar polêmica?

“Pesquisas comprovam que os maiores índices de audiência estão nas chamadas classes D e E.” (TVE, 2003)

Isso é uma prova clara que não se deve julgar a opinião do telespectador brasileiro.

3.3 O Telejornalismo Brasileiro

“O telejornalismo brasileiro funciona como um "agente" importante na construção de uma identidade nacional.”

“A televisão vem desempenhando um papel muito importante no sentido de 40 legitimar as mudanças ocorridas na sociedade brasileira, principalmente, através de seus noticiários.”

“A consolidação da informação determina mudanças na noção de uma "identidade nacional". Desse modo, a televisão cumpriu uma função relevante no processo de integração e unificação nacional, através da notícia na vida da sociedade brasileira.”

“Em 1950, surge no Brasil a televisão. No dia seguinte à inauguração da primeira emissora brasileira, a PRF-3 TV, em São Paulo, onde já estavam no ar o Imagens do Dia, que não tinha horário fixo para entrar no ar. Dois anos depois, foi substituído pelo Telenotícias *Panair*, que deu lugar ao Repórter Esso, em 1º de abril de 1952.”

“O Repórter Esso foi o responsável pelo primeiro padrão para a apresentação de noticiário no telejornalismo.”

“O Jornal de Vanguarda, no Rio, e o Show de Notícias, em São Paulo, representam uma mudança radical no telejornalismo brasileiro. Eles romperam com o formato padronizado, até então presente nas telas, passando a ser apresentado por jornalistas e contar com atraentes inovações visuais.”

“O primeiro telejornal em rede do País, o Jornal Nacional, foi ao ar pela primeira vez em 1º de setembro de 1969. Esse noticiário televisivo inaugurou um novo estilo no telejornalismo nacional. Deu início a era do jornal em rede no Brasil. Inovador, nele foi criado o desfecho com um simples "boa noite", deixando no ar boas expectativas

para o próximo dia e se tornando a “marca registrada” do telejornal.” (MELLO E ⁴¹ SOUZA, 1984)

Atualmente, o Jornal Nacional continua sendo o grande telejornal da televisão brasileira e sucesso de audiência em todo país.

A evolução tecnológica foi peça fundamental para o progresso, a rapidez e a agilidade da notícia na televisão brasileira.

4 CONCLUSÃO

Se partisse do pressuposto de que o presente trabalho devesse ser conclusivo e definitivo, a pesquisa se tornaria ineficaz, porque se aproximando do final da investigação, verifica-se que se chega, apenas, a um começo. Porém, no decorrer deste trabalho, pode-se observar que existem diversas soluções para resolver o problema da ética no telejornalismo brasileiro. E isso não depende apenas de uma pessoa, mas de uma nação inteira. A consciência coletiva é que vai mudar a situação atual dos telejornais de nosso país. Basta apenas que todas as pessoas coloquem em prática seus atos éticos.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Os Pensadores, V. II. São Paulo: Nova Cultural, 1991.

_____. **A Televisão**. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil, 1979.

CAPARELLI, SÉRGIO. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CARDOSO, MAURÍCIO; MARANHÃO, CARLOS. **O Circo da Notícia**. São Paulo: Revista Veja, nº 1551, 1998.

CARLINI SOBRINHO, TERCÍLIO. **[Opinião sobre a Ética no Telejornalismo Brasileiro]**. Rio de Janeiro, 1999.

CHRISTOFOLETTI, ROGÉRIO. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

CLAUDIO, VANIA. **Jornalismo Sensacionalista: A Violação dos Direitos das Pessoas**. Portugal: Blog O Infinito das Notícias, 2006. Disponível em: <<http://oinfinitodasnoticias.blogspot.com>>. Acesso em 30 de abr. 2009.

COMENTÁRIOS À CONSTITUIÇÃO DO BRASIL. Editora Saraiva, V. 8, 1998.

CHRISTOFOLETTI, ROGÉRIO. **Por uma Ética na TV**. São Paulo: Jornal Virtual Observatório da Imprensa, ano 14, nº 536, 2009. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>>. Acesso em 02 abr. 2009.

COTRIM, GILBERTO. **Fundamentos da Filosofia. Para uma Geração Consciente**. 3. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1988.

COSTA, ELIAS FERREIRA DA. **Deontologia Jurídica: Ética das Profissões Jurídicas**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 1996.

DREIFUSS, RENÉ ARMAND. **1964: A Conquista do Estado. Ação Política, Poder e Golpe de Classes**. 4. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1986.

ESPINOSA, BARUCH. **Ética**. São Paulo: Editora Abril, 1973.

GOODWIN, EUGENE H. **Procura-se Ética no Jornalismo**. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1993.

HALL, STUART. **Identidades Culturais na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: D&PA, 1997.

KEHL, MARIA RITA; BUCCI, EUGÊNIO. **Videologias**. São Paulo: Bom Tempo Editorial, pp. 242 e 222.

LANGARO, LUIZ LIMA. **Curso de Deontologia Jurídica**. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1996.

LEITE, DANTE MOREIRA. **O Caráter Nacional Brasileiro. História de uma Ideologia**. 5. ed. São Paulo: Editora Ática, 1992.

LIMA, LAURO DE OLIVEIRA. **A Lanterna Mágica e os Pequenos Meios de Comunicação**. Paraíba: ABEPEC Cadernos de Comunicação, 1980.

LIMA, VALDECIR. **Por uma TV Melhor**. São Paulo: Canal da Imprensa. Revista Eletrônica da UNASP, 2005. Disponível em: <<http://www.canaldaimprensa.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2009.

LOPES, VERA DE OLIVEIRA NUSDEO. **A Lei da Selva. A TV nos anos 50:**

Criticando a Televisão Brasileira no seu Cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 167.

44

LOPES, ANTONIO DE SÁ. **Ética Profissional.** São Paulo: USP, 1971.

MARQUES DE MELO, JOSÉ. **Comunicação Social - Teoria e Pesquisa.** Petrópolis: Editora Vozes, 1971.

MELLO E SOUZA, CLÁUDIO. **15 anos de História.** Rio de Janeiro: Editora Rede Globo de Televisão, 1984.

MEYER, PHILIP. **A Ética no Jornalismo: Um Guia para Estudantes, Profissionais e Leitores.** Trad. Antônio Trânsito. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1989.

NÉCA, ANA; OSANON, PATRÍCIA. **Regulação de Mídia e Direito das Crianças e Adolescentes.** Brasília: ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância, 2008.

ORTIZ, RENATO. **A Moderna Tradição. Cultura Brasileira e Indústria Cultural.** São Paulo: Brasiliense, 1995.

PARISI, MÁRIO; COTRIM, GILBERTO. **Trabalho Dirigido de Filosofia.** São Paulo: Editora Saraiva, 1977.

SANTOS, REINALDO. **Vade-Mécum da Comunicação.** 4. ed. São Paulo: Edições Trabalhistas S. A., 1981.

SCHUMUHL, ROBERT. **As Responsabilidades do Jornalismo.** Trad. Celso Vargas. Rio de Janeiro: Editorial Nórdica, 1984.

SODRÉ, MUNIZ. **O Monopólio da Fala.** 5 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1989.

TELES, ANTÔNIO XAVIER. **Introdução ao Estudo de Filosofia.** São Paulo: Editora Ática, 1974.

ROMANINI, MAURÍCIO GUIDANE. **Ética Jornalística: Um Debate Necessário.** São Paulo: Revista Espaço Acadêmico, ano I, nº 3, 2001. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br>> . Acesso em: 23 abr. 2009.

VALLS, ÁLVARO L. M. **O Que é Ética?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1995.

VAZQUEZ, ADOLFO SANCHEZ. **Ética.** Trad. João Dell'Anna. 5 ed. São Paulo: Civilização Brasileira, 1997.

VIZEU, ALFREDO. **Telejornalismo, Audiência e Ética.** Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2002

WOLTON, DOMINIQUE. **Elogio do Grande Público. Uma Teoria Crítica da Televisão.** São Paulo: Editora Ática, 1997.

SIMÕES, INIMÁ. **A Nossa Televisão Brasileira: Por um Controle Social da Televisão**. São Paulo: SENAC, p. 119.

ABI. Jornal da Associação Brasileira de Imprensa. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/jornaldaABI.asp>>

Ada Unai On Line, 2000. Disponível em: <<http://www.unai.ada.com.br/etica>>. Acesso em: 09 abr. 2009.

ADITAL. Notícias da América Latina e Caribe. Fortaleza, 2009. Disponível em: <<http://www.adital.com.br/site/noticia>>. Acesso em: 09 abr. 2009.

Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, 2008. Disponível em: <<http://www.abepec.com.br>>. Acesso em 01 abr. 2009.

Código de Ética. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <<http://www.codigodeetica.com.br>>.

Coletiva.Net, 2004. Disponível em: <<http://www.coletiva.net>>. Acesso em: 01 abr. 2009.

Comissão de Classificação de Espetáculos, 2009. Disponível em: <<http://www.cce.org.pt>>. Acesso em: 09 abr. 2009.

Enciclopédia Almanaque Abril, 26. ed. São Paulo, 2000. Disponível em: <<http://www.almanaque.abril.com.br>>.

Estatuto da Criança e do Adolescente, ECA, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm>

Instituto de Estudos de Televisão, 2009. Disponível em: <<http://www.ietv.org.br>>. Acesso em: 11 abr. 2009.

Portal Ensinando, 2009. Disponível em: <<http://www.portalensinando.com.br/ensinando>>. Acesso em: 10 abr. 2009.